

CANINOS MEDICAL CLUB'S

PRESENTADO POR: CRISTIAN DAVID VELÁSQUEZ JIMÉNEZ

GRUPO: 10122

PRESENTADO A: DR. CARLOS ALBERTO LOZANO MORENO

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR-CUN

ASIGNATURA: OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTÁ D, C

2017

### **Descripción del negocio.**

"CANINOS CLUB, es una empresa prestadora de servicios de medicina pre-pagada para mascotas, con servicio las 24 horas a domicilio, ubicada en el sector norte de la ciudad, contando con personal altamente calificado y preparado en la salud animal, también contamos con los equipos médicos y los espacios determinados para el cuidado y el bienestar de los animales.

Para clientes que no usen el servicio durante los 2 primeros meses a la afiliación, se les ofrecerá en pro de sus pagos servicio de guardería, adiestramiento y asistencia estética para mascotas (baño y peluquería).

### **Objetivo General**

Ofrecer un servicio de medicina pre-pagada para mascotas las 24 horas del día, donde sus mascotas puedan tener la seguridad de beneficiarse con personal altamente calificado dedicado a su cuidado y así mismo puedan disfrutar y compartir con los de su misma especie de un cuidado de calidad esto dentro de las normas por el respeto por la vida y la salud.

### **Marco Legal.**

- Ley 8/2003 de 24 de abril
- Ley 1/2000 de 11 de febrero
- Resolución 682 de 2004
- Ley 576 de 2000 Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria y zootecnia.

### **Identidad Estratégica.**

Brindar salud y bienestar a todos nuestros pacientes y confianza a sus propietarios, implementando la prestación de servicios médicos veterinarios de calidad, con servicios adicionales como son: transporte puerta a puerta y guardería, respaldados por profesionales competentes con valores y principios como son el respeto, la responsabilidad y el compromiso.

### **Futuro preferido**

En el 2021 ser la empresa líder y especializada en la prestación de servicios médicos veterinarios, por medio de tecnología de punta, con los últimos adelantos en materia veterinaria y comprometida con el desarrollo de nuevos procedimientos médicos que garanticen el mayor bienestar de nuestros pacientes.

## **Valores Corporativos**

Nuestro enfoque y personal estará direccionado en brindar un servicio basado en diferentes rasgos personales y valores corporativos en búsqueda del bienestar y de un servicio de alta calidad.

**Amor** haciendo que la mascota se sienta en casa con un trato digno.

**Respeto:** Ofrecer a sus mascotas el respeto y el amor que se les brinda en su hogar para que estos no perciban la diferencia.

**Responsabilidad:** Compromiso por nuestros clientes y nuestra comunidad.

**Servicio:** Brindar a los pacientes una atención de calidad.

**Honradez:** Cobrar a nuestros pacientes valores acordes a los servicios prestados.

## **Objetivos Específicos**

- Lograr que más del 70% de las personas que poseen mascotas en el sector norte de la ciudad utilicen los servicios de medicina pre-pagada para sus mascotas.
- Incentivar el uso de nuestros servicios mediante la creación de estrategias y ofertas a nuestros clientes ya afiliados.
- Brindar un monitoreo permanente de todos nuestros pacientes y la evolución mensual de los mismos.
- Aumentar los servicios a domicilio en un 10% mensual.

# POLÍTICAS

- ▶ Adecuada capacidad de servicios de laboratorio.
- ▶ El gobierno ejerce control del seguimiento de enfermedades epidémicas.
- ▶ Control de la importación y certificación de animales para la explotación.
- ▶ Certificación de la calidad y el etiquetado veraz de medicamentos y vacunas
- ▶ políticas públicas de protección y bienestar animal 2014-2038.
- ▶ A nivel internacional los gobiernos acuerdan políticas ambientales y relacionadas al bienestar animal como lo son el IFAW en las cuales realiza investigaciones de consideraciones relacionadas al bienestar animal.
- ▶ Encontramos la organización Mundial de sanidad animal (OIE).
- ▶ Declaración Universal de Bienestar Animal (DUBA).
- ▶ Política Sostenible JERSEY "Animales en las comunidades" (proyecto para asegurar que el bienestar del animal sea considerado en los planes para el desarrollo sostenible en las comunidades.
- ▶ Código de policía

# ECONOMÍA

- ▶ La inflación es un factor muy importante ya que si aumenta, el poder adquisitivo de las personas será menor y sus gastos estarán centrados en cumplir sus necesidades básicas y dejar a un lado el servicio de medicina pre-pagada.
- ▶ Tasa de cambio y dólar: el movimiento de la moneda juega un papel importante en la adquisición de maquinaria, equipos y elementos veterinarios para el cuidado de la salud del animal.
- ▶ Tasa de desempleo: este indicador es fundamental ya que este permite evidenciar cambios a nivel económico del país y permite evidenciar la oferta y demanda de personal calificado en veterinaria y cuidado animal.
- ▶ Déficit fiscal: cuando se ve evidenciado valores negativos para nuestro país, nuestro servicio de medicina pre-pagada se puede ver afectado por nuevas políticas, impuestos que afecten a nuestros clientes o a la compañía.

# SOCIO-CULTURAES

- ▶ Las nuevas generaciones y las nuevas tendencias ya no quieren tener hijos ya sea por temas económicos o por crecimiento profesional por lo tanto los seres humanos han decidido estar en compañía de una mascota el cual permite llenar vacíos en su vida, generando un acompañamiento diario.
- ▶ Hábitos inadecuados del cuidado de la mascota

# TECNOLOGÍA

- ▶ Crecimiento y avances tecnológicos a nivel mundial en equipos médicos para el tratamiento de las mascotas.
- ▶ Retraso tecnológico en el país.
- ▶ Software e implementación de sistemas operativos para la mejora en la atención, agendas y consultas médicas para los perros y gatos.

# LEGISLACIÓN

- ▶ Todos los establecimientos veterinario bajo la presentación medica debe contar con el registro oficial en la SENASAG.
- ▶ Estará regido por “Responsable Técnico”, Médico Veterinario titulado y registrado en el Colegio de Médicos Veterinarios
- ▶ Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales.
- ▶ Matricula profesional de las personas que prestaran el servicio.
- ▶ La Clínica debe contar con la infraestructura y equipamiento mínimos exigidas la ley para la ejecución de sus funciones.
- ▶ Ley 576 de 2000 Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria y zootecnia.



# ECOLOGÍA

- ▶ Procedimientos administrativos sancionatorios normativo en Colombia del correcto manejo de desechos y material veterinario.
- ▶ sentencia de tutela n° 095/16 de corte constitucional, 25 de febrero de 2016 Bienestar animal. Deber constitucional de protección derivado de constitución ecológica y garantía del medio ambiente.
- ▶ Manual Especifico de Funciones y Competencias Laborales, relacionadas a promover la adecuada organización del territorio.

- ▶ For...
- ▶ frente
- ▶ Par...
- ▶ establ
- ▶ activi

- ▶ Ingreso de compañías extranjeras con maquinaria y tecnología avanzada.
- ▶ Estrategias de marketing por parte de la competencia atrayendo la atención de los clientes.

## Poder de negociación de los proveedores



- ▶ Aunque se realiza la prestación de servicios nuestros proveedores son fundamentales y esenciales por ende contamos con los mejores proveedores de mercancías a nivel quipo médico y farmacéuticos para mascotas.
- ▶ se realizaran estrategias con los proveedores en compras masivas de artículos para animales generando fidelidad con nuestros proveedores y posibles descuentos por las compras realizadas.
- ▶ Se realiza el analisis entre proveedores para evaluar los costos y calidad del producto, de igual manera se exigirá qué cumpla con las normas sanitarias y de salubridad para el consumo y utilización de los productos.

## Rivalidad entre los competidores actuales



- ▶ Contamos entidades como Animals Health Cent Veterinaria Canes y gatos, Clínica Veterinaria Kanió otras que prestan servicios médicos veterinarios la en la. Ciudad de Bota, por ende Caninos Clubs imp servicios de guardería y servicios adicionales las 24 día.
- ▶ Se asegurara el traslado de las mascotas puerta lo cual muchos de nuestros competidores no reali
- ▶ se evidencia un alto consumo de los usuarios ac servicios informales por lo cual se generar aun acompañamiento y seguimiento de la mascota du proceso médico y de recuperación del animal.

## Poder de negociación de los clientes



Caninos club contara y diseñara estrategias con los clientes generando:

▶ **Desempeño o rendimiento:** Ejecución efectiva de los procesos y servicios de una manera eficaz y de bajos costos

▶ **Características:** se contara con servicios médicos y además con servicios adicionales para los consumidores como: baño, transporte, atención puerta a puerta, haciendo que el cliente se sienta satisfecho con su necesidad

▶ **Fiabilidad:** El desempeño y calidad del servicio generara fiabilidad y confiabilidad en nuestros clientes.

▶ **Calidad de servicio:** Nuestros servicios serán regulados y auditados para que sea un servicio de alta calidad y esto será percibido por los clientes

▶ **Promociones y estrategias:** Cada dos meses se abrirán pequeños espacios en beneficio de las mascotas sin consto alguno para nuestros clientes, con ello se evidenciara el compromiso de la empresa y se generara alternativas para que el usuario siga a filiado a nuestros servicios.



**Amenaza de productos o  
servicios sustitutos**



- ▶ Tiendas veterinarias de barrio
- ▶ Paseadores y cuidadores de mascotas.
- ▶ Venta de medicamentos farmacéuticos y veterinarios en lugares no especializados
- ▶ Profesionales y personal capacitado para la ejecución de la actividad económica.

► Planes de menor costos en la prestación del servicio

Matriz estrategica.xls [Modo de compatibilidad] - Microsoft Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador

Cortar Copiar Pegar Copiar formato Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Y9

Fuerzas Inductoras				
	PERSONAL	SERVICIOS	EQUIPOS Y HERAMIENTAS	POBLACION
Oportunidades	01 coaching y mejora continua de los procesos de cada area.	05 Mejora continua en la prestación de los servicios	09 Innovación y desarrollo de nuevas tecnologías	013 Crecimiento de los usuarios
	02 Incremento del equipo de trabajo generando efectividad en los procesos.	06 Apoyo politico en la ejecución del servicio	010 Diversificación de la moneda ya que se podran adquirir a menor costo los equipos medicos imoortados.	014 Diversificación del mercado
	03 Adquisición de información legal del servicio	07 Implementación y finalidad de servicios informales	011 comportamiento economico del país	015 Leyes y normal regidos a la protección animal
	04 bajo indice y tasas de desempleo	08 Bajo costos en la adquisición de productos y medicamentos	012 Nuevo desarrollo e implementación de ejecución medicinal veterinaria	016 conservación y generación de conciencia del medio ambiente
	PERSONAL	SERVICIOS	EQUIPOS Y HERAMIENTAS	POBLACION
Fortalezas	F01 Personal capacitado en cada area de la empresa	F05 Atención medica de excelente calidad	F09 Equipos medicos de ultima generacion.	F13 Ubicación estratégica
	F02 Medicos veterinarios, zootecnicos, entre otros.	F06 Servicio Puerta a puerta	F10 Carteros especializados para el transporte de las mascotas	F14 Demanda permanente del servicio
	F03 calidad en el servicio al cliente	F07 Servicio Puerta a puerta	F11 Instrumental quirurgico y medico	F15 Cantidad de mascotas en el norte de la ciudad.
	F04 Personal con identificación y valores corporativos	F08 Baño y aseo animal	F12 Canales de comunicación como internet, redes sociales y otros.	F16 Interes por los servicios prestados.

Descripción General Marco Legal Ide y Fo Valores y objetivos PESTEL Fuerzas de Porter Inductoras FO

8:05 25/04/2017

Matriz estrategica.xls [Modo de compatibilidad] - Microsoft Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador

Cortar Copiar Pegar Copiar formato

Cantarell 11 Fuente Ajustar texto General

Número Estilos Celdas

Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Formato

Autosuma Rellenar Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar Modificar

N7

Fuerzas Opositoras				
	PERSONAL	SERVICIOS	EQUIPOS Y HERAMIENTAS	POBLACION
Am	O1 Aumento del desempleo en colombia	O5 Competencia desleal	O9 Incremento del dólar	O13 incrementos de inflacion
en	O2 Crecimiento del trabajo informal	O6 competidores con precios bajos	O10 poder adquisitivo de elementos y quipos medicos	O14 Cambios culturales de los ciudadanos
az	O3 Personal inexperto o con carencias educativas	O7 no cumplir con las expectativas de los clientes	O11 Relacion y conexión entre países	O15 costo de vida
as	O4 Proveedores con actitudes negativas hacia los clientes	O8 insatisfacción con los servicios ofrecidos	O12 Cambios en el marco legal y regulatorios del país	O16 poder adquisitivo de los usuarios
	PERSONAL	SERVICIOS	EQUIPOS Y HERAMIENTAS	POBLACION
De	F1 Falta de recursos propios	F5 Poco personal medico	F9 Falta de recursos y sostenibilidad economica	F13 desgastes por atencion al cliente
li	F2 Atencion personalizada	F6 Fijacion de oostos bienes y servicios	F10 Falta de infraestructura propia	F14 Costo medico de urgencias innecesario
ad	F3 Altos costos de arrendamientos	F7 valorizacion del profesional	F11 Licencias de estudios para los trabajadores	F15 No contar con corbetera perimetro urbano
es	F4 involucramiento emocional	F8 no cumplimiento de los protocolos del trabajo	F12 Falta de comunicación, gestion y marketing	F16 Clientes no satisfechos

Marco Legal Ide y Fp Valores y objetivos PESTEL Fuerzas de Porter Inductoras FO Opositoras DA MDE C1

70%

8:07 25/04/2017

## Matriz de Despliegue Estratégico Generativa

No Estrategia	Opositoras	Inductoras	Estrategia
1	O1	A1	Al ser la única empresa en ofrecer un servicio completo para el cuidado de las mascotas, podremos innovar cada día con el fin de que los nuevos competidores no tengan la posibilidad de igualar nuestros servicios.
2	O2	F11	Innovar y ofrecer un servicio de alta calidad, con amplios espacios para que las mascotas puedan disfrutar del aire libre y de un cuidado especializado.
3	O3	F12	Ofrecer servicio de calidad, personal especializado, planes complementarios a los ofrecidos para que el cliente tenga más posibilidades de elegir y así evitar que escoja servicios más económicos.
4	O4	F13	Publicidad en lugares estratégicos, sucursales donde se ofrezcan servicios básicos y complementarios, haciendo frente a la competencia indirecta.
5	O5	F14	Al tener un poco personal y desarrollando una cierta cantidad de usuarios que requieran el servicio se podría generar un "déficit" en el sistema o bien dicho no cubrir la demanda, por tal motivo tenemos visualizado contratar nuestra red de médicos tercerizada
6	O6	F15	la competencia en el mercado es existente y lo que nos puede afectar directamente pueden ser los precios un poco más económicos y con mayor cubrimiento, ya que nuestro punto principal será en la ubicación de Norte Bogotá
7	O7	F16	debemos centralizarnos en poder cumplir con las expectativas ofrecidas a los clientes para evitar la insatisfacción y así evitar retiros tempranos

## **INVESTIGACION DE MERCADOS:**

Caninos Medical club, está enfocado en el bienestar y la salud de los animales domésticos, por tal motivo se abre a varias posibilidades para el cuidado de nuestras mascotas. La medicina pre-pagada estará dirigida a aquellos propietarios de mascotas que quieran brindarle el mejor bienestar de salud y otros servicios adicionales a su mascota.

Esta investigación permitirá identificar que personas están interesadas en nuestros servicios y así poder direccionar nuestros servicios de la mejor manera con el fin de cumplir las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Esta investigación esta direccionada a personas habitantes del sector norte de la ciudad de Bogotá y que cuentan con mascotas domesticas (perros y gatos) en sus hogares.

### **METODOLOIA DE INVESTIGACION:**

**Investigación Exploratoria:** En Caninos Medical Clubs se ha decidido indagar sobre aquellas fundaciones e instituciones que prestan servicios de salud para las mascotas domesticas, con el fin de indagar las posibles competencias y sobre todo definir si la idea de negocio es óptima para ejecutar. De igual manera con esta metodología de investigación podremos definir como nuestros clientes están familiarizados con la idea de negocio y como se comporta en la actualidad frente al bienestar de salud del animal.

### **Investigación Descriptiva y Cuantitativa:**

Se ha optado por realizar diferentes análisis a nuestros posibles clientes para poder definir las cualidades y las expectativas que tienen del negocio, además de esto podremos definir de una manera detallada y cuantificable por medio de datos estadísticos a que grupo de personas vamos dirigidos, como se comporta el mercado en la actualidad, que conocimiento tienen las personas

sobre la medicina pre-pagada para mascotas, variables demografías, capacidad de pago y demás que son fundamentales al momento de realizar y ejecutar nuestro servicio.

### **Fuentes de información:**

Caninos Medical Club`s establece diferentes mecanismos para recopilación de información ya que es fundamental evaluar y comparar el comportamiento del mercado frente a la salud de las mascotas y sobre los diferentes sucesos que puedan generar una ventaja competitiva y sobre todo que pueda identificar qué es lo que busca el cliente con el fin de satisfacer tanto las necesidades internas como la externas.

### **Fuentes Primarias:**

Las fuentes primarias están basadas en realizar un análisis del posible consumidor donde estableceremos su actividad y su comportamiento en el mercado y esencialmente el uso que tiene para los servicios de medicina pre-pagada para mascotas. Estaremos basados en encuestas las cuales se verán evidenciadas más adelante con sus respectivos resultados.

### **Fuentes Secundarias:**

Caninos Medical Club`s solo tomara en cuenta las fuentes secundarias para tener una idea del estado del servicio de medicina pre-pagada a nivel nacional, los datos obtenidos por la empresa *MERCAWISE* la cual nos permitió tener una idea de manera cuantitativa sobre el análisis de mercado sobre clínicas veterinarias.

Obteniendo de dicha información: “El estudio de mercado determinó que dentro de la distribución de tipo de mascotas en casa está que el 87% tiene perro, 38% gatos, 13% peces y un 11% aves”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Recopilado (2017).

<https://www.mercawise.com/estudios-de-mercado-en-mexico/estudio-de-mercado-sobre-clinicas-veterinarias>.

Ampliando y definiendo el conocimiento sobre qué tipo de más cotas tienen las personas en sus hogares, en el cual se sobresalta y se define nuestro cliente directo que serían los perros y gatos.

### **Recolección de datos:**

Para identificar las diferentes alternativas y el comportamiento del mercado frente a la medicina, el cuidado y la protección de los animales domésticos, hemos realizado una investigación cuantitativa basada en una encuesta la cual ha sido dirigida a 40 personas que tengan animales domésticos, que residan en la ciudad de Bogotá y específicamente del sector norte de la ciudad, también a personas que estén recibiendo ingresos mayores a tres salarios mínimos legales vigentes.

### **Técnica de investigación de mercados:**

Caninos Medical Club's aparte de ofrecer servicios de salud para perros y gatos, tendrá una amplia gama de servicios adicionales que vienen junto a la mensualidad cancelada por los usuarios y por otro lado contara con promociones eventuales de alta calidad y con muy bajos costos, por este motivo daremos a conocer nuestro brochure a nivel nacional usando mecanismos físicos y tecnológicos con el fin de atraer y fidelizar clientes.



### **Aplicación de la encuesta:**

*“Los animales son nuestra compañía en este inmenso planeta; ellos también son parte de nosotros y merecen todo nuestro respeto y protección.”*

Reciban un cordial saludo. Para Caninos Medical Club's es fundamental conocer que tan comprometido esta con el cuidado y la salud de su mascota, por esta razón y con fines educativos solicitamos de su amable colaboración en el diligenciamiento de la siguiente encuesta.

1. ¿Estaría interesado en recibir atención médica para su mascota?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. Le dedica el tiempo suficiente al cuidado de su mascota

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3. ¿Tienes más de una mascota en su hogar?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. ¿En su casa habita con algún gato o perro?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. ¿Usted habita en el norte de la ciudad?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

6. ¿Cuándo su mascota tiene un percance de salud lo lleva a la veterinaria más cercana?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7. ¿Cuenta con asesoría médica para su mascota?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8. ¿Está usted seguro de los medicamentos que le suministran a su mascota al momento de alguna enfermedad?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

9. ¿Confía en los servicios de veterinaria que prestan en su localidad de residencia?



SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

10. ¿Cuenta con un número de contacto de un especialista de la salud animal en caso de emergencia?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

11. ¿Conoce establecimientos de veterinaria que tenga servicio las 24 horas del día los 7 días de la semana?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

12. ¿Está interesado en adquirir un plan de medicina Pre-Pagada?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

13. ¿Pagaría servicios adicionales como baños, cortes y transporte?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

14. ¿Usted pagaría una tarifa adicional para una asistencia veterinaria a domicilio?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

15. ¿confía en el personal que atiende a su mascota?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

16. ¿Cuenta con los espacios adecuados para la recreación de su mascota?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

17. ¿se encuentra satisfecho con los servicios de veterinaria anteriormente recibidos?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

18. ¿Estaría dispuesto a pagar más de 150,000 por servicios de medicina pre-pagada?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_



19. ¿Busca calidad y eficiencia en la prestación del servicio?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

20. ¿Estaría interesado en asistencia médica telefónica para su mascota?

SI \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

*Gracias por tu colaboración.*

### Muestreo:

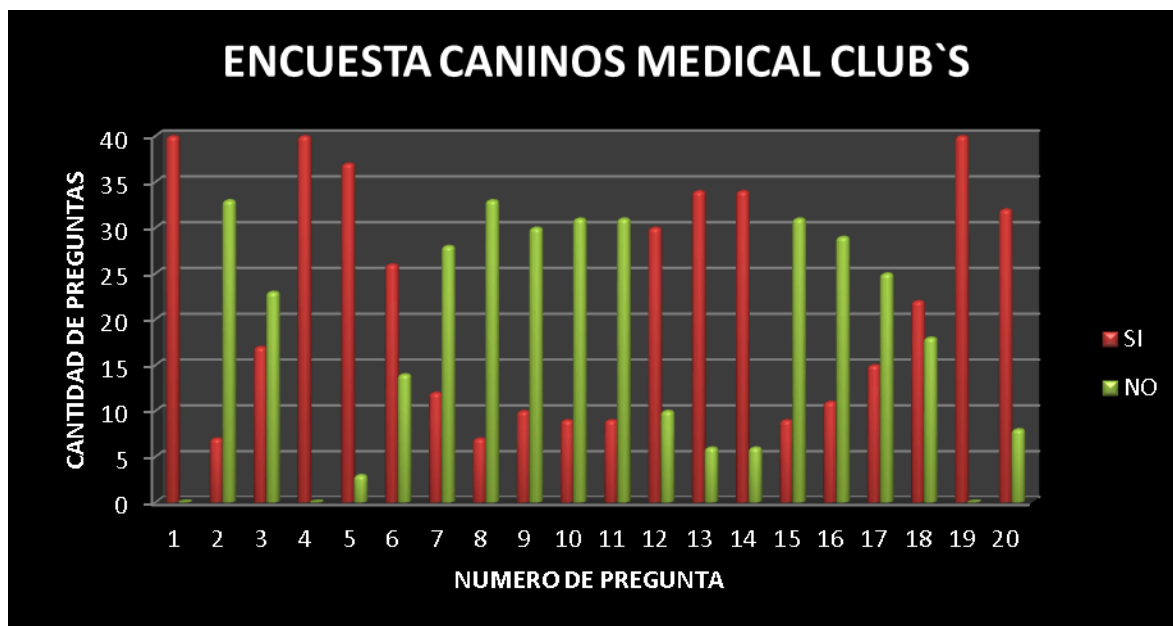
Nuestra encuesta va dirigida a una segmentación específica donde se basó en los habitantes del norte de la ciudad de Bogotá y que cuentan con mascotas ya sean perros o gatos. Se realiza en este sector por la capacidad económica que se supone tener más capacidad para poder adquirir planes de medicina pre-pagada para mascotas.

Podemos cuantificar e identificar diferentes alternativas que serán fundamentales para la toma de decisiones y planes de acción para la mejora y cumplimiento de objetivo.

### Tabulación y análisis de investigación:

PREGUNTA	SI	NO	TOTAL PERSONAS
1. ¿Estaría interesado en recibir atención médica para su mascota?	40	0	40
2. Le dedica el tiempo suficiente al cuidado de su mascota	7	33	40
3. ¿Tienes más de una mascota en su hogar?	17	23	40
4. ¿En su casa habita con algún gato o perro?	40	0	40
5. ¿Usted habita en el norte de la ciudad?	37	3	40
6. ¿Cuándo su mascota tiene un percance de salud lo lleva a la veterinaria más cercana?	26	14	40
7. ¿Cuenta con asesoría médica para su mascota?	12	28	40
8. ¿Está usted seguro de los medicamentos que le suministran a su mascota al momento de alguna enfermedad?	7	33	40
9. ¿Confía en los servicios de veterinaria que prestan en su localidad de residencia?	10	30	40
10. ¿Cuenta con un número de contacto de un especialista de la salud animal en caso de emergencia?	9	31	40

11. ¿Conoce establecimientos de veterinaria que tenga servicio las 24 horas del día los 7 días de la semana?	9	31	40
12. ¿Está interesado en adquirir un plan de medicina Pre-Pagada?	30	10	40
13. ¿Pagaría servicios adicionales como baños, cortes y transporte?	34	6	40
14. ¿Usted pagaría una tarifa adicional para una asistencia veterinaria a domicilio?	34	6	40
15. ¿confía en el personal que atiende a su mascota?	9	31	40
16. ¿Cuenta con los espacios adecuados para la recreación de su mascota?	11	29	40
17. ¿se encuentra satisfecho con los servicios de veterinaria anteriormente recibidos?	15	25	40
18. ¿Estaría dispuesto a pagar más de 150,000 por servicios de medicina pre-pagada?	22	18	40
19. ¿Busca calidad y eficiencia en la prestación del servicio?	40	0	40
20. ¿Estaría interesado en asistencia medica telefónica para su mascota?	32	8	40



**Analisis de la información:**

Se logra evidenciar que las personas se encuentran muy interesadas por el cuidado de sus mascotas, donde se logra evidenciar que 100% de la población encuestada adquiriría planes de medicina pre-pagada y aunque es un resultado positivo también se logra evidenciar que un 55% de la población pagaría un valor menor de \$150.000, esto es fundamental al momento de realizar planes de salud y promociones.

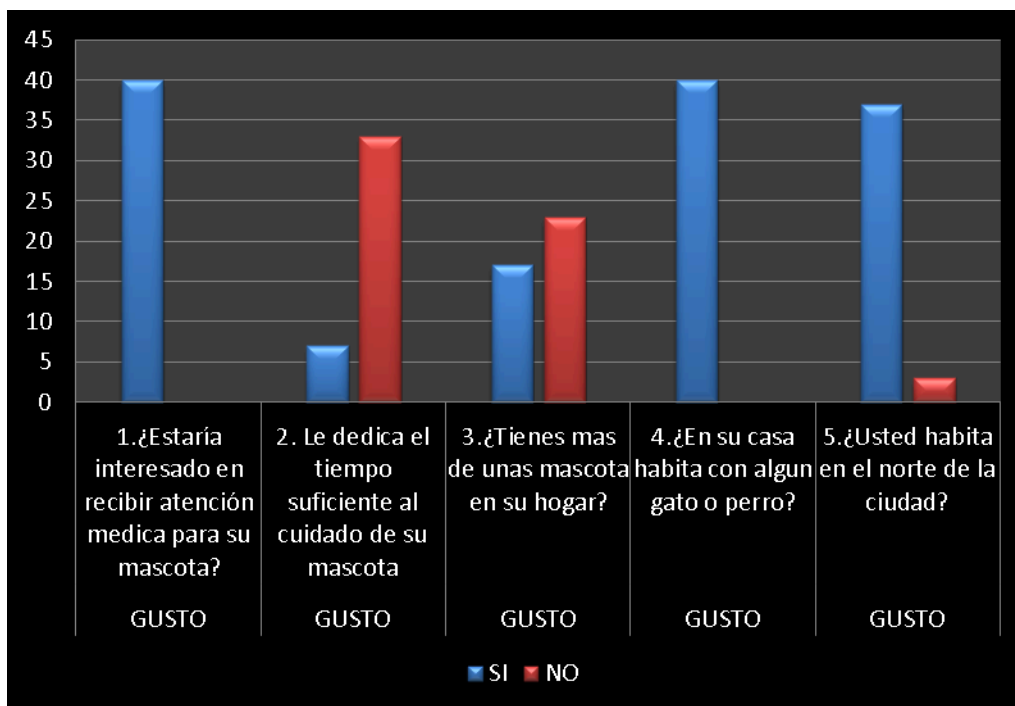
Por otro lado podemos generar estrategias como la asistencia medica vía telefónica ya que un 80% de la población no cuenta con este servicio y frente a sus comentarios les genera satisfacción el saber que pueden brindarle ayuda de primeros auxilios a su mascota mientras llega el veterinario o lo atiende el medico correspondiente.

Este analisis permite que Caninos Medical Club`s tenga una idea del servicio que debe prestar basado, en la calidad, atención oportuna, seguridad y amor a las mascotas.

**Presentación de resultados de investigación y analisis de la información:**

PREGUNTA	S	N	TOTAL
	I	O	ENCUESTADOS

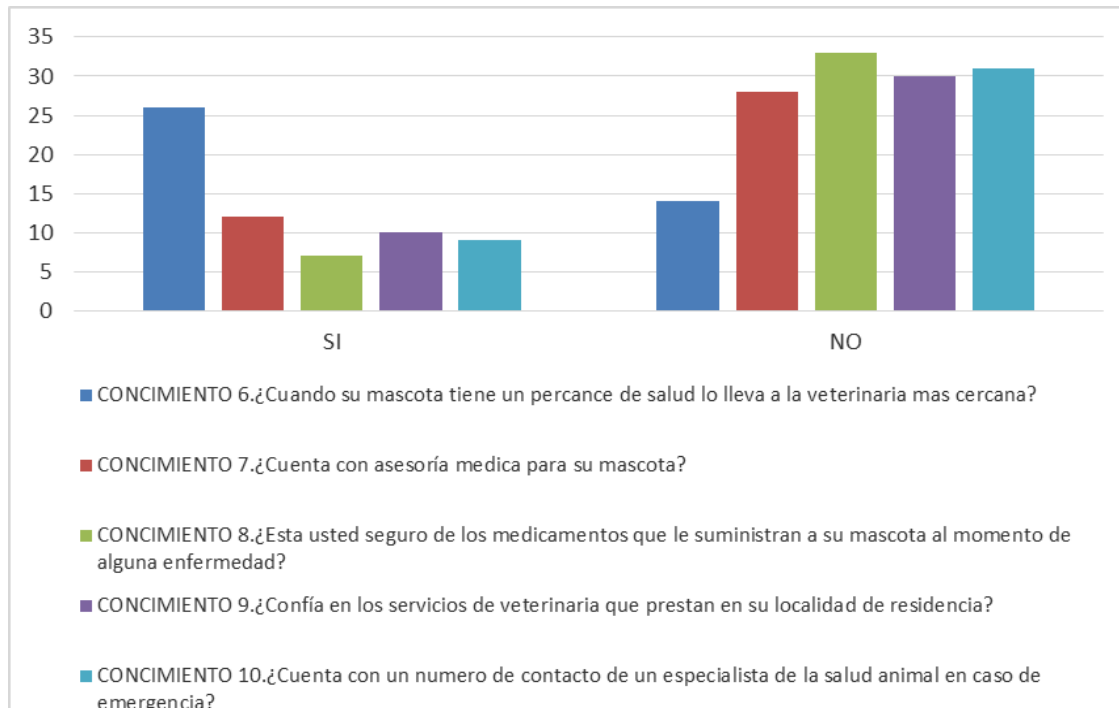
1. ¿Estaría interesado en recibir atención médica para su mascota?	40	0	40
2. Le dedica el tiempo suficiente al cuidado de su mascota	7	33	40
3. ¿Tienes más de una mascota en su hogar?	17	23	40
4. ¿En su casa habita con algún gato o perro?	40	0	40
5. ¿Usted habita en el norte de la ciudad?	37	3	40



**Análisis de la pregunta 1 a la 5:** Podemos evidenciar el gran interés que tienen los seres humanos por el cuidado de las mascotas, pero sin embargo por las ocupaciones diarias, el trabajo y las obligaciones se evidencia que 82.5% de las personas no le dedica el tiempo suficiente a sus

mascotas, por este motivo Caninos Club`s integra a su sistema de servicios espacios de recreación para que la mascota se sienta en un ambiente natural prevenga futuras enfermedades.

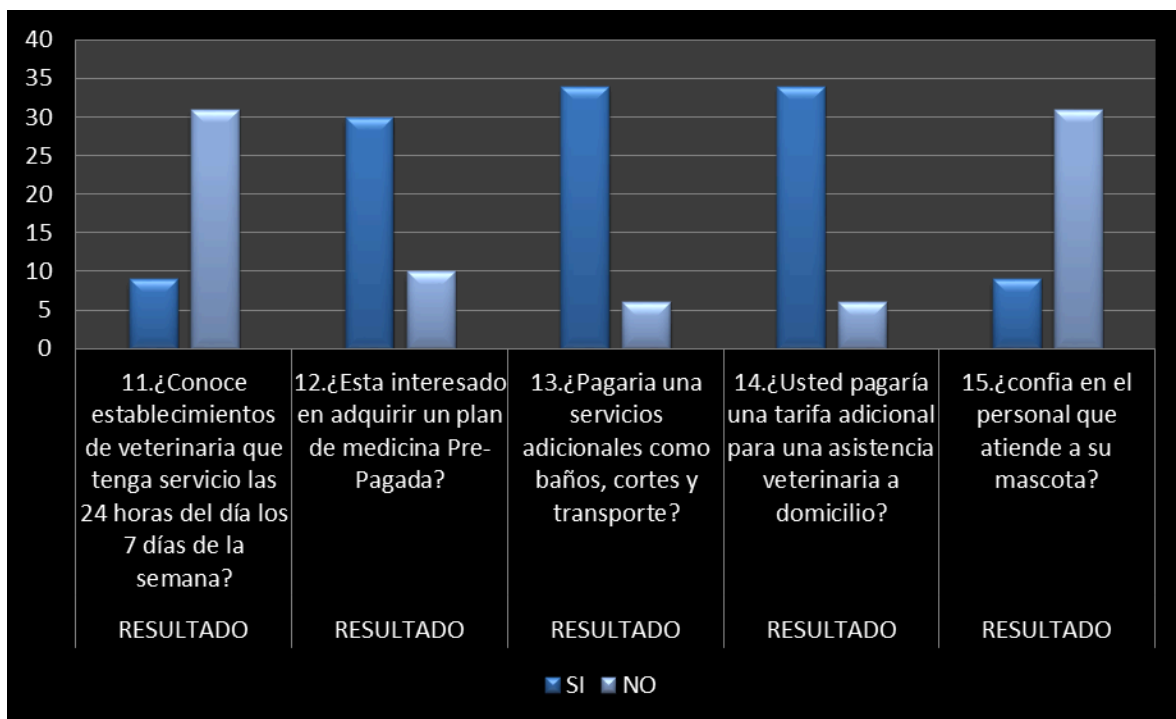
<b>PREGUNTA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>
6. ¿Cuando su mascota tiene un percance de salud lo lleva a la veterinaria más cercana?	26	14	40
7. ¿Cuenta con asesoría medica para su mascota?	12	28	40
8. ¿Esta usted seguro de los medicamentos que le suministran a su mascota al momento de alguna enfermedad?	7	33	40
9. ¿Confía en los servicios de veterinaria que prestan en su localidad de residencia?	10	30	40
10. ¿Cuenta con un numero de contacto de un especialista de la salud animal en caso de emergencia?	9	31	40



**Análisis de la pregunta 6 a la 10:** Con estos resultados podemos observar y analizar que los dueños de las mascotas acuden a las veterinarias mas cercanas así no sean de gran calidad, acuden a ella por la urgencia y por ser el sitio mas cercano, Caninos Medical Clubs adoptara estrategias de acompañamiento veterinario las 24 horas y de igual manera telefónicamente optimizando la agilidad en los procesos. También observamos que el 82% de la población encuestada no esta segura de los medicamentos que se le suministran a sus mascotas cuando sufren de alguna deficiencia respecto a lo que concierne a salud por tal motivo nos enfocaremos que nuestros especialistas y profesionales suministren la correcta información sobre las medicinas, que efecto tienen, para que sirve, las dosis adecuadas y demás aspectos que nuestros clientes necesiten.

PREGUNTA	SI	NO	TOTAL ENCUESTADOS
11.¿Conoce establecimientos de veterinaria que tenga servicio las 24 horas del día los 7 días de la semana?	9	31	40

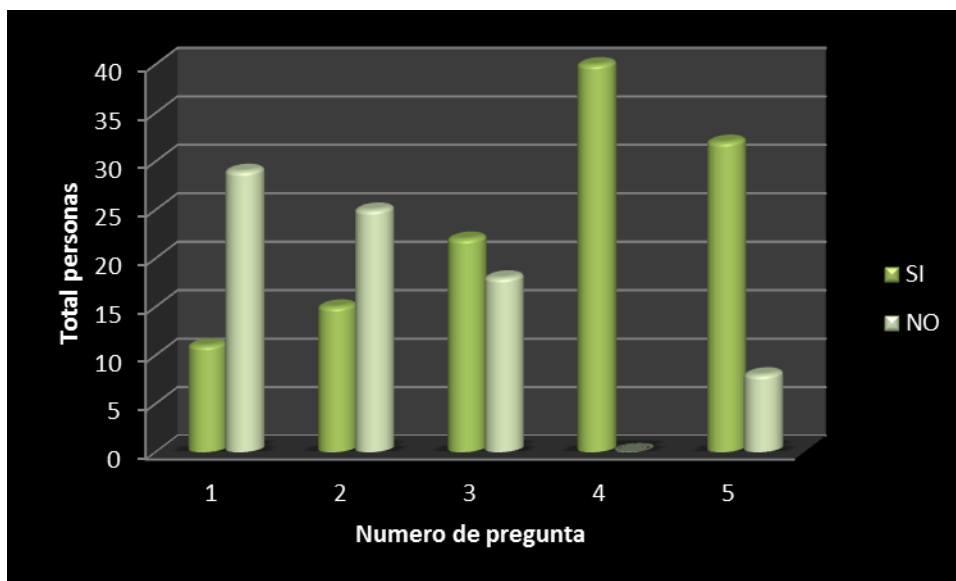
12.¿Esta interesado en adquirir un plan de medicina Pre-Pagada?	30	10	40
13.¿Pagaria una servicios adicionales como baños, cortes y transporte?	34	6	40
14.¿Usted pagaría una tarifa adicional para una asistencia veterinaria a domicilio?	34	6	40
15.¿confía en el personal que atiende a su mascota?	9	31	40



**Análisis de la pregunta 11 a la 15:** Observamos demasiado interés por parte de los propietarios de las mascotas por servicios adicionales y por los servicios a domicilio por esta razón trabajaremos arduamente para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y velar por la salud de las macotas con servicios las 24 horas los 7 días de la semana generando confianza y fidelizando a nuestros clientes.



PREGUNTA	SI	NO	TOTAL ENCUESTADOS
16.¿Cuenta con los espacios adecuados para la recreación de su mascota?	11	29	40
17. ¿se encuentra satisfecho con los servicios de veterinaria anteriormente recibidos?	15	25	40
18.¿Estaria dispuesto a pagar mas de 150,000 por servicios de medicina pre-pagada?	22	18	40
19.¿Busca calidad y eficiencia en la prestación del servicio?	40	0	40
20.¿Estaria interesado en asistencia medica telefónica para su mascota?	32	8	40



**Análisis de la pregunta 16 a la 20:** Con el resultado de este análisis verificamos cuanto esta dispuesto a pagar los usuarios por un servicio de medicina pre-pagada y podemos observar que unos de los puntos mas importantes y de toma de decisiones para adquirir nuestros servicios estan basados en la calidad y eficiencia en la ejecucion de las actividades medicas para las mascotas.

### **Estructura de mercado:**

*Caninos Medical Club`s* es una empresa prestadora de servicios de medicina pre- pagada y esta dirigida a todos los propietarios de mascotas (perros y gatos) ubicados en el norte de la ciudad de bogota, nuestros servicios adicionales forman parte de la cuota moderadora y en casos especificos prestaremos servicios adicionales según la demanda y la necesidad de nuestros clientes.

### **Segmentos de mercado:**

**Segmentacion Geografica:** Poblacion residente en la ciudad de bogota especificamente al norte de la ciudad.

**Segmentacion Demografica:** Nuestros servicios van dirigidos a todas las personas propietarias de mascotas y a aquellas interesadas en velar por el bienestar y la salud de las mascotas. No se asume que los principales consumidores seran las personas representantes del nucleo familiar sin limitar el acceso de aquella persona que quiera adquirir nuestros servicios de salud y cuidado animal.

**Segmentacion Personal:** *Caninos Medical Club`s* esta dirigida a todas las personas que puedan acceder al servicio, se manifiesta inicialmente que sea dirigido a personas que devenguen mas de tres SMLV y que residan en el sector norte de la ciudad. Por lo anterior no se busca

impedir el acceso de todos los estilos y calidad de vida a nuestros servicios, si no por el contrario, poder establecer posición para ayudar y brindar servicios de medicina a todos los lugares de la ciudad de Bogotá.

**Segmentación Familiar:** En cada hogar, no importa el número de quienes lo conforman. Cabe aclarar que las mascotas se vuelven parte de nuestras familias por ende siempre deseamos ver a nuestros seres queridos de la mejor manera y con el mejor estado de salud posible.

**Segmentación Psicológica:** Es importante mencionar que aquellos usuarios que implementen nuestros servicios y metodologías para el cuidado de la salud están basados en sentimientos como el amor, cuidado, bienestar, de sus mascotas y esta será la razón y la fuente especial para que nuestra idea de negocio se mantenga en el mercado.

### **Plan de marketing:**

**Objetivo General:** Caninos Medical Clubs presta servicios de medicina y salud para mascotas y trabaja día a día en la mejora del servicio y de las herramientas utilizadas para dicha ejecución, de igual manera busca crecimiento y conocimiento en toda la ciudad de Bogotá y a nivel nacional, usando fuentes como el voz a voz, redes sociales y diferentes medios de comunicación para su conocimiento. De igual manera buscará los factores esenciales para incentivar a sus clientes y formarlos partes de su entidad, más que una empresa prestadora de servicios queremos formarlos parte de la familia *Caninos Medical clubs* en base de una excelente calidad y promociones que no se ofrecen en otro lugar.

### **Objetivos específicos:**

- ✓ Generar conocimiento de nuestra marca y de los servicios ofrecidos por nuestra compañía
- ✓ Brindar excelencia en calidad, servicio y atención a todos nuestros usuarios y clientes internos y externos.
- ✓ Ejecutar campañas que incentiven al crecimiento y estabilidad económica de nuestra empresa.
- ✓ Optimizar tiempos y recursos en la prestación de los servicios médicos.

- ✓ Proporcionar confianza a nuestros clientes.
- ✓ Dar a conocer nuestros precios y promociones de todos los servicios establecidos por la compañía.

**Estrategia de producto:** Caninos Medical Clubs se fundamenta en la atención médica a las mascotas bajo los estándares legales que rigen la normatividad en Colombia. Además de estar bajo los parámetros de ley, cuenta con los mejores profesionales para la ejecución de todas las actividades que se realizan en la empresa.

Por otra parte, nuestros servicios se caracterizan por servicios adicionales que captarán la atención de nuestros clientes.

**Producto:** Nuestros servicios cuentan con una amplia gama de beneficios y alternativas para los clientes en los cuales encontramos:

- ✓ Atención y citas médicas para las mascotas.
- ✓ Atención vía telefónica.
- ✓ Atención las 24 horas del día los 7 días a la semana.
- ✓ Hospitalización de las mascotas.
- ✓ Insumos y medicamentos.
- ✓ Seguimientos y control.
- ✓ Espacios de baño.
- ✓ Peluquería.
- ✓ Recreación y adiestramiento.
- ✓ Entre otros.

**Logotipo:**



Caninos Medical Clubs se diferencia de cualquier otra veterinaria, por este motivo nuestro logotipo será imagen de calidad y exclusividad. Nuestra imagen quiere que nuestros clientes se identifiquen con la membrecía. Esta membrecía lleva nuestro nombre que hace referencia a la actividad médica y además de esto esta acompañada de las siglas **CLUBS** que genera exclusividad, autenticidad, excepcionalidad, especialidad y originalidad. Se diferencia por

las diferentes marcas ya que usualmente toman la imagen de la mascota pero para nuestro caso no será necesario ya que sea reconocida por toda la ciudad y próximamente a nivel nacional.

### **Slogan:**

***“Si a tu mascota quieres curar, a Caninos Medical Club’s lo debes llevar”***

Nuestro slogan es un mensaje directo para los propietarios de las mascotas incentivando a que las lleven a nuestras instalaciones con fines médicos y preventivos. Este mensaje busca generar recordación al usuario en donde quiera que vaya, donde recordara que la salud y el cuidado de su mascota lo puede dejar en manos de profesionales que cuidaran y protegerán a su mascota como si estuvieran en casa.

### **Análisis de competencia:**

En la ciudad de Bogotá el servicio de medicina para mascotas cumple con una amplia gama de competidores los cuales generan servicios médicos para mascotas y servicios adicionales en los cuales podemos observar empresas como: *Clínica Veterinaria Santa Isabel, Clínica Veterinaria Salud Animal, Perros y gatos, Clínica Veterinaria Abanimal*, estas entidades logran ser una fuerte competencia en el mercado.

Nuestro objetivo frente al nivel de competencia es poder brindar a nuestros usuarios servicios de excelente calidad con el fin de que no duden en tomar la decisión de llevar sus mascotas a nuestras instalaciones.

### **Ciclo de vida:**

**Introducción:** Caninos Medical Club’s se encuentra en etapa de introducción ya que generamos el lanzamiento de nuestros servicios al mercado con diferentes actividades que puedan captar la atención de los cliente, mediante diferentes canales de distribución, promoción y publicidad para generar una aceptación y acogida positiva de los servicios prestados por nuestra compañía.

**Crecimiento:** Una vez contemos la introducción de nuestros servicios en el mercado, estaremos atentos a la búsqueda de estrategias para el posicionamiento definitivo del servicio no solamente en el norte de la ciudad si no por el contrario lograr expandir nuestros servicios en toda la ciudad, brindando un servicio de excelente calidad y acoplándose a los avances y cambios del mercado y por supuesto cumpliendo con la normatividad legal vigente de nuestra actividad económica.

**Madurez:** Cuando Caninos Medical Club's se encuentre en su estado máximo y punto de equilibrio, estandarizara métodos y estrategias para mantenerse líder en servicios médicos veterinarios implementados factores que generen innovación que caracterice y sobresalga de la demás competencia.

**Declive:** Con la posición y punto máximo de aceptación de nuestros productos y servicios en el mercado, se realizaran estrategias de ahorro y prevención con el fin de suavizar posibles bajas en los comportamientos económicos del país, el cual evitara que nuestra empresa se encuentre en riesgo de quiebra o fracaso en este tipo de circunstancias.

**Estrategias- Brochure:** Nuestro brochure está dirigido para cualquier persona ya que cuenta con la información específica de nuestros servicios, donde encontramos nuestros números telefónicos y nuestra dirección para que a nuestro cliente le sea fácil contactarnos. Además de esto la imagen es amigable para cualquier lector y nuestro portafolio será explicado y detallado por nuestros asesores para su fácil entendimiento.

**Servicio Postventa:** Los servicios médicos serán controlados y se llevara un seguimiento adecuado por cada uno de los médicos y especialistas asignados hasta que la mascota mejore, por otro lado los servicios e instrumentos que se adquieran en nuestros establecimientos serán objeto de garantía, incentivando a la compra confiable y segura por parte de los clientes.

#### **Canales de comunicación:**

**Publicidad:** Utilizaremos diferentes mecanismos para generar la publicidad y distribución de nuestros servicios los cuales estarán fundamentados bajo los estándares

tecnológicos como fuentes de internet, redes sociales como: Facebook. Twitter, Whatsapp y correos. También utilizaremos vallas publicitarias y nuestro amplio portafolio y brochure.

**Promocion de ventas:** Generaremos promociones, capacitaciones, jornadas de vacunacion y demas actividades incentivando al seguimiento y control medico veterinario, donde se mostrara nuestros servicios generando la conciencia y a necesidad de la afiliacion de la mascota a nuestra compania.

### **Estrateias de precios:**

**Precio de mercado:** Los sevicios ofrecidos por Caninos Medical Clubs estara regido bajo los estandares del mercado, basado en la conciencia y el buen cobro de los servicios, esto permite que el cliente pueda hacer una comparacion con diferentes opciones en la cual nuestra compania sera lider por calidad y excelencia en la ejecucion de los servicios medicos.

**Basado en el comprador:** Para nosotros es fundamental contar con la opinion y observacion de nuestros clientes, basados en la capacidad de pago y equilibrando los precios en que se adquieren para la compre de las heramientas y prodcutos que intervienen en la satisfaccion del servicio.

**Basados en la competencia:** Nuestros servicios seran estudiados frente a la compatenencia actual en el mercado, el cual permite no elevar demasiado nuestros precios sin afectar nuestro gremio. De igual manera se busca generar una ventaja competitiva la cual insida en la toma de decisiones del cliente al momento de tomar la mejor opcion o alternativa para el cuidado de su mascota.

**Estrategias de distribucion:** Ademas de utilizar lo medios tecnologicos como redes sociales implementaremos mecanismos como:

**Pagina Oficial:** Contaremos con la pagina oficial donde los clientes podran asignar las citas medicas, realizar compra de servicios adicionales, indagar sobre la entidad, verificar precios.



**Formulario de Inscripción:** Nuestros usuarios tendrán que diligenciar un formulario de ingreso y datos básicos el cual permitirá tener la base de datos actualizada donde una vez diligenciado el formulario se le entregara un manual donde se especificara los procedimientos que manejamos y la estructura general de la compañía, donde el cliente tendrá mayor información sobre nuestros servicios.

**Correo directo:** Los clientes y posibles nuevos usuarios contarán con el correo directo [Cristian.velasquezj@cun.edu.co](mailto:Cristian.velasquezj@cun.edu.co), donde podrán hacer cualquier tipo de solicitud y la cual será contestada a mas tardar 4 horas después de haber recibido la solicitud.

### **Proyección de ventas**

Nuestra compañía busca la satisfacción y el bienestar en salud de las mascotas en la ciudad de Bogotá, por ende es fundamental realizar la estructuración y planear nuestros objetivos a futuro en ventas e ingresos. A continuación se podrá evidenciar los servicios prestados por nuestra compañía y se podrá evidenciar nuestra meta anual y nuestro objetivo a alcanzar.

En primera instancia mostraremos un poco de nuestro catálogo para que sea de fácil entendimiento y análisis para el lector.

**Medicina General:** Es primordial conocer los síntomas y alarmas que indican que la mascota pueda tener una situación de urgencia el cual es necesario que sea llevado inmediatamente a la veterinaria o al médico más cercano.

**Servicio Puerta a Puerta:** Nuestros clientes contarán con un servicio a domicilio el cual permitirá que el cliente no se traslade de su lugar de vivienda y de esta manera ahorrar tiempo y dinero.

**Hospitalización:** Contaremos con las mejores instalaciones para los diferentes procedimientos médicos que necesiten las mascotas donde daremos lugar a las hospitalizaciones bajo los estándares normativos y legales para la prestación del servicio.

**Baño y corte:** Es fundamental que la mascota se sienta bien tanto internamente como externamente por ende también ofrecemos el servicio de baño y corte para aquellas personas que se encuentren interesadas en la estética y presentación de la mascota.

**Exámenes de laboratorio:** Bajo la orden médica de especialistas se realizaran la toma de exámenes médicos especiales para evidenciar cualquier enfermedad que pueda tener la mascota, estos exámenes serán solicitados y leídos por personal altamente calificado.

**Atención telefónica:** Todos los usuarios de nuestros servicios contarán con una línea telefónica y abierta las 24 horas del día, para realizar seguimientos y posibles ayudas al momento en que se presente una urgencia. Este servicio será completamente gratuito para todos los clientes que cuenten con una afiliación específica.

**Trasporte:** En ocasiones no contamos con un transporte adecuado para las mascotas y más cuando se encuentran en un estado delicado de salud, por tal motivo Caninos Medical Club ‘s presta un servicio adecuado, cómodo y con la mayor seguridad para la mascota ya sea desde su hogar a nuestras instalaciones o en sentido contrario.

Además de los servicios mencionados anteriormente Caninos Medical Club ‘s cuenta con diferentes tipos de servicios los cuales serán evidenciados posteriormente.

Para una mayor satisfacción y economía orientada a nuestros clientes se evidenciará a continuación los planes ofertados por nuestra compañía.

PLAN BÁSICO	CONSULTA GENERAL	50.000,00
	FORMULACIÓN POR ESPECIALISTA ENCARGADO	
	ACOMPANAMIENTO TELEFÓNICO	
	TOMA DE EXÁMENES DE LABORATORIO	
PLAN PLUS	CONSULTA GENERAL	85.000,00
	FORMULACIÓN POR ESPECIALISTA ENCARGADO	
	ACOMPANAMIENTO TELEFÓNICO	
	VISITA DOMICILIARIA SI ES REQUERIDO	

	TRANSPORTE	
	TOMA DE EXÁMENES DE LABORATORIO	
PLAN PREMIUM	CONSULTA GENERAL	125.000,00
	FORMULACIÓN POR ESPECIALISTA ENCARGADO	
	ACOMPANAMIENTO TELEFÓNICO	
	VISITA DOMICILIARIA SI ES REQUERIDO	
	TRANSPORTE	
	HOSPITALIZACIÓN (No incluye gastos adicionales según el requerimiento del médico)	
	Medicina y control del seguimiento de la misma	
	Baño y corte si lo desea el cliente	
toma de exámenes de laboratorio		

### Métodos de proyección.

Para el análisis y el pronóstico de la proyección de ventas se toma en cuenta los factores de entradas, ejecución del servicio, estado actual de la actividad económica en el mercado y demás influyentes para la ejecución del mismo.

En Caninos Medical Club´s hemos tomado en cuenta los métodos cuantitativos de proyección ya que nos permite evidenciar a nivel matemático y basado en datos históricos, el crecimiento u el objetivo a alcanzar con el fin de establecer nuestra compañía como una empresa líder y sostenible de servicios de medicina pre-pagada para mascotas.

Tomamos en cuenta para nuestro estudio de mercado y ejecución de proyección de ventas el **Promedio Móvil Ponderado (PMP)**, ya que por este método podemos asignar un mayor valor a los datos recientes basado en cálculos históricos o la ejecución de información de años anteriores. También podemos generar en una **Serie de tiempos** y representar los cambios con las diferentes variables ya sea de tipo económico y otros.

**Análisis con relación de tiempo:** Caninos Medical Club's define el tiempo como un factor significativo al análisis de la evolución de un futuro cercano. En los cuales es importante definir el comportamiento con relación al tiempo:

**Tendencia Secular:** Nuestra proyección cuenta con una variación lineal ya que el comportamiento del mercado de nuestra actividad económica responde a los estándares del crecimiento del país y la posición del gremio y el servicio en la actualidad. Por tal motivo se ejecuta con un crecimiento porcentual significativo a los posibles cambios sin sobrepasar los estándares y las proyecciones de la medicina para mascotas en la ciudad de Bogotá.

**Variación Estacional:** Nuestros servicios se ven afectados por los diferentes estados o climas que pueda tener nuestra ciudad, donde encontramos posibles enfermedades en ámbitos de bajas temperaturas que puedan afectar la salud del animal. En la ciudad de Bogotá donde se encuentran nuestras instalaciones el clima es un poco indefinido y el cambio climático podrá generar nuevas tendencias de enfermedades o posibles urgencias frente al estado de salud del animal por tal motivo nuestros servicios se pueden ver afectados o beneficiados según sea el caso.

**Regresión y correlación lineal:** Con este modelo matemático podemos realizar una relación entre un dato que ya conocemos y ejecutar un nuevo resultado donde ejercemos de la siguiente manera:

1. **Proyección Mensual:** De esta manera se evidenciará la cantidad de servicios prestados por mes relacionados con los servicios mencionados anteriormente:

$$PM (\text{Proyección Mensual}) = \text{Valor Unitario de Servicio} * \text{Cant. Servicio}$$

2. **Proyección año:** Se evidencia la totalidad de las ventas realizadas durante el año 2017 de los resultados obtenidos de los servicios prestados mensualmente por la compañía

$$PA (\text{Proyección año}) = \Sigma \text{sumatoria de los servicios prestado por año} * 12 \text{ Meses.}$$

3. **Proyección próximos años:** Este rubro cuenta con los incrementos anuales pertinentes según el comportamiento del mercado y el incremento económico presentado en el país.

Para Caninos Medical Club's se ha proyectado para los primeros 5 años un crecimiento mínimo de 1% en base de las ventas del año anterior.

Quedando de la siguiente manera:

5 primeros años=  $(\Sigma \text{Ventas Año anterior} * 1\%) + \Sigma \text{Valor del año anterior}$ .

Más de 5 años=  $(\Sigma \text{Ventas Año anterior} * 2\%) + \Sigma \text{Valor del año anterior}$ .

*(Véase en adjunto Excel)*

Caninos Medical Club's tiene como objetivo el incremento del 1% en ventas frente al año inmediatamente anterior durante los primeros 5 años y a partir del quinto año deberá crecer un 2%, generando fortaleza en los servicios que más adquiere el consumidor y potencializando todos los servicios de la compañía, este incremento se ve relacionado con el comportamiento de nuestra actividad económica y la aceptación de la misma en el mercado.

Los porcentajes establecidos por Caninos Medical Club's frente al crecimiento anual se rige por los históricos y el comportamiento del PIB (Producto Ingreso Bruto) que ha tenido en el país con un crecimiento para el 2016 del 2% y se pronostica para el año 2017 del 2,7%, el cual se basa en el comportamiento del consumo, inversiones, exportaciones e importaciones, el cual permite tener una acercamiento enfocado al crecimiento del país y por otro lado el IPC que para el mes de marzo de 2017 se encuentra en un porcentaje del 0.47%.

El **IPC** (índice de precios al consumidor) es tomado como indicador fundamental para la ejecución de nuestra actividad económica y la proyección de la misma, ya que con este indicador podemos evidenciar las variaciones que tienen los precios de una canasta de bienes, donde nos mostrara la capacidad de compra tienen los habitantes del país y su capacidad para suplir sus necesidades básicas como alimentación, vivienda, transporte y otros.

Con el fin de posicionarnos y tener un crecimiento adecuado nuestra compañía implementara semestralmente análisis de calidad donde se implementaran sistemas de mejora continua con el fin de mejorar la calidad y la satisfacción del cliente, abriendo la posibilidad de adquirir nuevos clientes y fidelizarlos con nuestros servicios.

**PROYECCIÓN VENTAS MENSUAL AÑO 2017**

NO	CANTIDAD	OBSERVACIONES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
	ADES														VENTAS 2017
	50,000.00	Plan	750,000.00	750,000.00	900,000.00	1,000,000.00	1,100,000.00	1,200,000.00	1,300,000.00	1,400,000.00	1,900,000.00	2,000,000.00	2,250,000.00	2,500,000.00	17,050,000.00
	85,000.00	plan	425,000.00	595,000.00	680,000.00	765,000.00	850,000.00	1,020,000.00	1,190,000.00	1,190,000.00	1,360,000.00	1,360,000.00	1,530,000.00	1,700,000.00	12,665,000.00
	125,000.00	plan	625,000.00	750,000.00	875,000.00	1,000,000.00	1,250,000.00	1,375,000.00	1,625,000.00	1,875,000.00	2,250,000.00	2,250,000.00	2,375,000.00	2,375,000.00	18,625,000.00
<b>ADICIONALES</b>															
	30,000.00	Serv. Adicional	60,000.00	90,000.00	60,000.00	60,000.00	30,000.00	90,000.00	90,000.00	120,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	960,000.00
	25,000.00	Serv. Adicional	100,000.00	125,000.00	125,000.00	125,000.00	200,000.00	225,000.00	250,000.00	275,000.00	300,000.00	300,000.00	350,000.00	375,000.00	2,750,000.00
	65,000.00	Serv. Adicional	195,000.00	195,000.00	130,000.00	195,000.00	260,000.00	260,000.00	325,000.00	455,000.00	455,000.00	520,000.00	650,000.00	650,000.00	4,290,000.00
	22,000.00	Serv. Adicional	242,000.00	242,000.00	264,000.00	308,000.00	352,000.00	396,000.00	330,000.00	330,000.00	330,000.00	352,000.00	396,000.00	440,000.00	3,982,000.00
	21,000.00	Serv. Adicional	63,000.00	63,000.00	63,000.00	84,000.00	126,000.00	168,000.00	168,000.00	189,000.00	210,000.00	210,000.00	231,000.00	315,000.00	1,890,000.00
	15,000.00	Serv. Adicional	75,000.00	90,000.00	90,000.00	105,000.00	120,000.00	150,000.00	165,000.00	180,000.00	210,000.00	180,000.00	135,000.00	135,000.00	1,635,000.00
dependiendo la	250,000.00	Serv. Adicional/De 250,000 en adel	250,000.00	250,000.00	500,000.00	500,000.00	750,000.00	500,000.00	250,000.00	750,000.00	500,000.00	500,000.00	500,000.00	250,000.00	5,500,000.00
menes de	40,000.00	Sev, previamente autorizado por el medico tratante	80,000.00	40,000.00	80,000.00	40,000.00	80,000.00	80,000.00	120,000.00	120,000.00	160,000.00	80,000.00	120,000.00	200,000.00	1,200,000.00
<b>TOTAL VENTAS MENSUAL</b>			<b>2,865,000.00</b>	<b>3,190,000.00</b>	<b>3,767,000.00</b>	<b>4,182,000.00</b>	<b>5,118,000.00</b>	<b>5,464,000.00</b>	<b>5,813,000.00</b>	<b>6,884,000.00</b>	<b>7,765,000.00</b>	<b>7,842,000.00</b>	<b>8,627,000.00</b>	<b>9,030,000.00</b>	<b>70,547,000.00</b>
	22,000.00	Serv. Adicional	11	11	12	14	16	18	15	15	15	16	18	20	181
	21,000.00	Serv. Adicional	3	3	3	4	6	8	8	9	10	10	11	15	90
	15,000.00	Serv. Adicional	5	6	6	7	8	10	11	12	14	12	9	9	109
dependiendo la	250,000.00	Serv. Adicional/De 250,000 en adel	1	1	2	2	3	2	1	3	2	2	2	1	22
menes de	40,000.00	Sev, previamente autorizado por el medico tratante	2	1	2	1	2	2	3	3	4	2	3	5	30
<b>TOTALES MENSUAL</b>			<b>56</b>	<b>61</b>	<b>67</b>	<b>75</b>	<b>90</b>	<b>103</b>	<b>109</b>	<b>121</b>	<b>139</b>	<b>139</b>	<b>152</b>	<b>167</b>	<b>1279</b>

**CANTIDAD DE VENTA**

**PROYECCION DE VENTAS MENSUAL**

## **PROYECCION DE VENTAS ANUAL**



Tabla de informacion	
Impuesto Bruto	2.00%
Impuesto al consumo	0.47%

2309.10 Alimentar para perros a qatar, acondicionar para la venta al por menor

PROYECCION DE VENTAS ANUAL - CANINOS MEDICAL CLUB'S

OBSERVACION		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Plan		17,050,000.00	17,220,500.00	17,564,900.00	18,091,800.00	18,815,500.00	19,756,300.00	21,139,200.00	23,041,700.00	25,576,300.00	28,901,200.00	33,236,400.00	38,886,600.00	46,275,100.00
plan		12,665,000.00	12,791,650.00	13,047,500.00	13,438,900.00	13,976,500.00	14,675,300.00	15,702,600.00	17,115,800.00	18,998,500.00	21,468,300.00	24,688,500.00	28,895,500.00	34,373,700.00
plan		18,625,000.00	18,811,250.00	19,187,500.00	19,763,100.00	20,553,600.00	21,581,300.00	23,092,000.00	25,170,300.00	27,939,000.00	31,571,100.00	36,306,800.00	42,479,000.00	50,550,000.00
<b>NALES</b>														
Ser. Adicional		960,000.00	969,600.00	989,000.00	1,018,700.00	1,059,400.00	1,112,400.00	1,190,300.00	1,297,400.00	1,440,100.00	1,627,300.00	1,871,400.00	2,189,500.00	2,605,500.00
Ser. Adicional		2,750,000.00	2,777,500.00	2,833,100.00	2,918,100.00	3,034,800.00	3,186,500.00	3,409,600.00	3,716,500.00	4,125,300.00	4,661,600.00	5,360,800.00	6,272,100.00	7,463,800.00
Ser. Adicional		4,290,000.00	4,332,900.00	4,419,600.00	4,552,200.00	4,734,300.00	4,971,000.00	5,319,000.00	5,797,700.00	6,435,400.00	7,272,000.00	8,362,800.00	9,784,500.00	11,643,600.00
Ser. Adicional		3,982,000.00	4,021,820.00	4,102,300.00	4,225,400.00	4,394,400.00	4,614,100.00	4,937,100.00	5,381,400.00	5,973,400.00	6,749,900.00	7,762,400.00	9,082,000.00	10,807,600.00
Ser. Adicional		1,890,000.00	1,908,900.00	1,947,100.00	2,005,500.00	2,085,700.00	2,190,000.00	2,343,300.00	2,554,200.00	2,835,200.00	3,203,800.00	3,684,400.00	4,310,700.00	5,129,700.00
Ser. Adicional		1,635,000.00	1,651,350.00	1,684,400.00	1,734,900.00	1,804,300.00	1,894,500.00	2,027,100.00	2,209,500.00	2,452,500.00	2,771,300.00	3,187,000.00	3,728,800.00	4,437,300.00
Ser. Adicional/De 250.000 en adelante		5,500,000.00	5,555,000.00	5,666,100.00	5,836,100.00	6,069,500.00	6,373,000.00	6,819,100.00	7,432,800.00	8,250,400.00	9,323,000.00	10,721,500.00	12,544,200.00	14,927,600.00
Beneficios de autorizados por el medico tratante		1,200,000.00	1,212,000.00	1,236,200.00	1,273,300.00	1,324,200.00	1,390,400.00	1,487,700.00	1,621,600.00	1,800,000.00	2,034,000.00	2,339,100.00	2,736,700.00	3,256,700.00
<b>PROYECCION DE VENTAS ANUAL</b>		<b>70,547,000.00</b>	<b>71,252,470.00</b>	<b>72,677,700.00</b>	<b>74,858,000.00</b>	<b>77,852,200.00</b>	<b>81,744,800.00</b>	<b>87,467,000.00</b>	<b>95,338,900.00</b>	<b>105,826,100.00</b>	<b>119,583,500.00</b>	<b>137,521,100.00</b>	<b>160,899,600.00</b>	<b>191,470,600.00</b>

[..tercera entrega opcion de grado\PROYECCION DE VENTAS OPCION DE GRADO 2\(1\).xls](#)

## Conclusiones

La proyección de ventas es fundamental ya que permite tener un análisis y un propósito a seguir bajo unos estándares normativos y un comportamiento del mercado según la actividad económica en la que se encuentre el producto. Para Caninos Medical Club's es primordial general metas y objetivos los cuales permitirán ejecutar los servicios de la mejor manera y poder tener un posicionamiento y una estabilidad económica adecuada para la ejecución de sus actividades.

Según el estudio realizado se evidencia que se encuentra con un alto margen de competencia donde no solo aplican veterinarias, sino por el contrario todas las empresas que tengan relación conjunta con el bienestar y el cuidado en salud de las mascotas. También se logra evidenciar que el mercado actual de la medicina Pre-Pagada para mascotas es susceptible al cambio, ya sea por influencia de los cambios económicos, sociales, políticos y tecnológicos del país.

Dentro del esquema es posible realizar el análisis a nivel cuantitativo a nivel futuro el cual nos permitirá hacer una comparación entre a la proyección realizada y lo realmente ejecutado. Esto será fundamental para la evaluación y la toma de decisiones frente a cambios de mejora y crecimiento de la compañía.

Para finalizar es importante resaltar que con estos métodos podremos definir objetivos y metas en las cuales se podrán ir trabajando durante el periodo laboral y la ejecución y terminación de la prestación del servicio, de igual manera se podrá hacer relación frente a los ingresos obtenidos con la satisfacción y el crecimiento de los clientes en nuestra compañía.

Este trabajo permite ampliar el conocimiento, definir la población a quien va dirigido el producto y potencializar la ejecución del producto para la entrega o presentación final al cliente. Con este estudio realizado se evidencia que la medicina Pre-Pagada para mascotas es viable para ejecutar pero se ve sometido a los diferentes cambios en el país y en el comportamiento de las personas dueñas de perros y gatos.

## **Bibliografía.**

Recuperado 14 de abril de 2017, de

<https://es.sildeshare.net/mobile/pecproyecto/tcnicas-de-proyeccion-o-pronostico-de-mercado20567157>

Recuperado 14 de abril de 2017, de

<https://es.sildeshare.net/mobie/sandratoreglasa/mtodos-de-proyeccion-de-la-demanda-32447841>

Recuperado 14 de abril de 2017, de

[www.solocontabilidad.com/2012/10/metodos-de-calculo-para-el-pronostico.html](http://www.solocontabilidad.com/2012/10/metodos-de-calculo-para-el-pronostico.html)

Recuperado 15 de abril de 2017, de

[www.eltiempo.com/economia/sectores/panorama-economico-de-colombia-en-2017-38145](http://www.eltiempo.com/economia/sectores/panorama-economico-de-colombia-en-2017-38145)

Recuperado 15 de abril de 2017, de

[www.portafolio.co/economia/comportamiento-del-pib-en-colombia-2016-503584](http://www.portafolio.co/economia/comportamiento-del-pib-en-colombia-2016-503584)

Recuperado 17 de abril de 2017, de

<http://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/3841-producto-interno-bruto-pib-ii-trimestre-2016>

Recuperado 17 de abril de 2017, de

<http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-ndice-precios-consumidor-ipc>

